

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Iklan layanan masyarakat adalah sebuah media untuk menyampaikan pesan moral terhadap masalah-masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Masalah kesehatan, pendidikan, budaya, lingkungan, dan semacamnya telah menjadi problema klasik yang selalu dicarikan jalan keluarnya. Untuk itu beragam cara yang dapat dilakukan untuk menggugah, mengajak, memusanya agar dapat mengikuti pesan yang dimaksud.

Masalah pencemaran lingkungan merupakan salah satu permasalahan sosial yang pada umumnya menimpa kota-kota besar, mau tidak mau dengan tingginya pola kesibukan dan aktivitas manusia kemacetan lalu lintas menjadi penyebab utama pencemaran lingkungan.

Iklan layanan masyarakat dengan konsep dinamisasi pergerakan kamera mencoba untuk mengajak masyarakat untuk mensosialisasikan pola hidup hijau dengan bersepeda.

Pergerakan kamera dapat dijadikan sebagai cara untuk menampilkan kenyamanan bersepeda. Pergerakan *framing* kamera dengan melakukan penyesuaian gerak dengan subjek untuk memperlihatkan ekspresi dan kenyamanan subjek dengan sepeda, jarak kamera dengan subjek akan mendekatkan penonton dengan subjek seperti pada penggunaan *medium shot*, *medium close up*, *close up*.

Pergerakan kamera melalui *crane shot* memungkinkan untuk melakukan pergerakan *framing* mendekati atau menjauhi subjek maupun bergerak secara diagonal dari kiri ke kanan sehingga dapat memberikan beberapa informasi melalui pergerakan *framing* tersebut. Pada iklan ini untuk penekanan beberapa informasi mengenai efek dari pencemaran lingkungan yang disebabkan polusi kendaraan dilakukan dengan menggunakan *crane shot*.

Sedangkan pada pergerakan kamera *handheld*, untuk memperlihatkan ekspresi dari subjek dilakukan dengan menyesuaikan dengan pergerakan. Secara keseluruhan pengambilan gambar melalui *mobile frame* antara lain *tracking*, *crane shot*, dan *handheld* untuk memberikan ajakan, pemusatan perhatian penonton dengan ekspresi dan reaksi dari subjek, dan penekanan beberapa informasi melalui pergerakan *framing*.

Dalam pergerakan kamera banyak unsur yang harus diperhatikan antara lain motivasi dari pergerakan kamera itu sendiri maupun unsur *onscreen* atau *offscreen* sesuai dengan naratif.

B. Saran

Iklan layanan masyarakat dapat dibuat dalam bentuk apa saja agar dapat menarik perhatian penonton agar mengikuti anjuran dari tayangan tersebut. Penyajian iklan menggunakan pendekatan pergerakan kamera harus direncanakan sematang mungkin sehingga kesan yang ditampilkan sesuai dengan makna dari pergerakan kamera tersebut.

Beberapa saran yang dapat dipelajari untuk pergerakan kamera antara lain:

1. Perencanaan konsep harus begitu matang. Setiap pergerakan kamera yang direncanakan harus mempunyai motivasi yang kuat sehingga efektif dalam menyajikan informasi maupun untuk kesinambungan dengan *shot* lainnya.
2. Faktor pencahayaan penting diperhatikan pada pergerakan kamera mengikuti subjek. Pergerakan *framing* akan berpengaruh pada tingkat gelap terang cahaya terhadap subjek.
3. Pengambilan gambar *outdoor* harus mempertimbangkan faktor cuaca. Faktor cuaca yang kurang baik akan mempengaruhi pelaksanaan produksi. Untuk pemilihan waktu *shooting outdoor* harus menyesuaikan keadaan cuaca. Pengambilan gambar yang dipaksakan dengan cuaca yang kurang baik akan berpengaruh terhadap hasil *shooting*.

DAFTAR PUSTAKA

1. *Sumber pustaka*

- Bordwell, David., and Kristin Thompshon. *Film art*. New York: Mc Graw Hill, 2008
- Cangara, Hafied., Prof., Dr., H., M Sc. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007
- Naratama. *Menjadi Sutradara Televisi dengan Single dan Multi Kamera*. Jakarta: Grasindo, 2004
- Pratista, Himawan. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka, 2008
- Saptaria, Ririk L., *Panduan Praktis Acting untuk Film dan Teater, ACTING Handbook*. (Bandung: Rekayasa Sains, 2006
- Suyanto, M., *Strategi Perancangan Iklan Televisi Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005
- Tinarbuko, Sumbo. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra, 2008
- Tomphson, Roy., Christoper Bowen. *Grammar of The Shot*. Oxford: Focal Press, 2009
- Wibowo, Fred. *Teknik Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher, 2007
- Wurtzel, Alan. *Television Production*. Singapore: McGraw-Hill Book, 1985

2. *Sumber Surat Kabar*

- Kasus Pencemaran di DIY tahun 2004-2008. Kompas. Edisi Jumat, 23 April 2010

3. *Sumber Online*

- Eko Nugroho, *Bahan Bakar Minyak x Bersepeda Bersama Masyarakat*. www.bike2work.com, akses tanggal 7 Februari 2010 pukul 11.22 wib
- Hisashi Kondo, judul asli Lean, *Clean And Green*, Pacific Friend Magazine Terjemahan & adaptasi bahasa oleh Suksma Ratri Pujasaputra, Pikiran Rakyat Bandung/Senin, 08 September 2003
- <http://alinur.wordpress.com>, akses tanggal 7 Februari 2010, pukul 11.33 wib

<http://www.jogjakota.go.id/index/extra/detail/22>, 9 Mei 2010, pukul 14.10

<http://www.cahyasunandar.co.cc/2009/08/camera-angle-sudut-pengambilan-gambar.htm>, 4 mei 2010 pukul 13.10 WIB

<http://www.docstoc.com/docs/13177111/estetika-dan-keindahan/>, 17 Mei 2010, pukul 01.33

<http://ozy1.multiply.com/links/item/38>, 9 Mei 2010, pukul 15.14

<http://belajarng.blogspot.com/2008/08/penyutradaraan.html>, 9 April 2010, pukul 15:23

4. *Sumber Audio Visual*

Karya Praktika FSMR TV ISI Yogyakarta. *Iklan cari muka*.

www.youtube.com. *Iklan imagination*

www.youtube.com. *Iklan kartu 3*

